

La prensa escrita en México frente al cambio de régimen

Salgado Andrade, Eva

Veröffentlichungsversion / Published Version
Zeitschriftenartikel / journal article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Salgado Andrade, E. (2007). La prensa escrita en México frente al cambio de régimen. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 49(199), 35-62. <https://doi.org/10.22201/fcpys.2448492xe.2007.199.42549>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer CC BY-NC-ND Lizenz (Namensnennung-Nicht-kommerziell-Keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu den CC-Lizenzen finden Sie hier:
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.de>

Terms of use:

This document is made available under a CC BY-NC-ND Licence (Attribution-Non Comercial-NoDerivatives). For more Information see:
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0>



Resumen

Este artículo aborda el discurso de la prensa escrita para encontrar evidencias sobre los elementos lingüísticos y semióticos para recrear la realidad, funcionar como intermediaria entre diversos actores sociales o convertirse, ella misma, en actor político. El análisis abarca todos los materiales publicados entre el 3 y el 7 de julio del 2000 en diez periódicos de circulación nacional, en torno a los resultados electorales: 838 notas, editoriales, artículos, columnas, entrevistas y reportajes. La selección obedece a que, luego de las elecciones presidenciales en México, se consiguió captar masivamente la atención de la opinión pública, al suponer que con este resultado se hacía posible la alternancia política en México y terminaban siete décadas de hegemonía del Partido Revolucionario Institucional (PRI). Por medio de una metodología original aplicada al análisis de un corpus exhaustivo, se demuestra la utilidad de las perspectivas interdisciplinarias para la investigación en ciencias sociales.

Abstract

This paper tries to find evidences of linguistic and semiotic elements of written press discourse and the way it recreates reality, acts as intermediary between social actors or turns itself into a political actor. The analysis covers all the materials published from July 3 to 7, 2000, in ten national newspapers, dealing with the results of the elections: 838 news, editorials, articles, interviews and reports. The selection is due to the fact that as a result of July 2000 elections, public opinion assigned great interest to this fact, mainly because it was thought that alternancy in the presidency was to become a reality in Mexico, thus ending 70 years of hegemonical power of the Partido Revolucionario Institucional (PRI). Using an original methodology applied to the analysis of an exhaustive corpus, this work shows the usefulness of interdisciplinary researches on social sciences.

Palabras clave: prensa en México, elecciones, discurso periodístico, géneros periodísticos, análisis de discurso.

* Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social, CIESAS, Calle Juárez 87, Colonia Tlalpan, C.P. 14000, México, D.F.

Introducción

“No pago para que me peguen” dijo en 1982 el entonces presidente José López Portillo (1976-1982) a propósito de la decisión gubernamental de cortar el financiamiento por publicidad a los medios críticos a su gobierno; ello causó indignación al tiempo que sintetizó, magistralmente, una situación prolongada por décadas donde al amparo del ocultamiento y complicidad de gran parte de la prensa, el presidencialismo se había consolidado. En el 2001, el mandatario en turno, Vicente Fox Quezada (2000-2006), profirió virulentas e insólitas acusaciones a una prensa contraria a mostrarse complaciente con el poder: “Hemos estado bajo una metralla impresionante por una sarta de babosadas [...] ya dejé de leer una buena cantidad de periódicos”. Entre una y otra declaración, la relación entre el poder político y los medios de comunicación se había transformado radicalmente.

Ahora, ante una creciente libertad de expresión en la que no existen ya más intocables (como durante años lo fueron el presidente, el ejército y la Virgen de Guadalupe), los medios exhiben, denuncian o hasta investigan por

su cuenta las irregularidades, la inacción gubernamental o las políticas erráticas. Y esta estrategia ha encontrado en México una tierra fértil: la corrupción, la politización de la justicia o la *judicialización* de la política, o bien, la voracidad con la cual, casi desde que empezó el sexenio foxista, diversos grupos se disputaron el poder para el relevo presidencial del 2006, han sido el espectáculo nuestro de cada día.

Contrario a uno de los preceptos básicos del periodismo estadounidense (*No news, good news*), la administración de Fox insistió, desde Los Pinos, en que “*Las buenas noticias también son noticia*”, nombre del boletín electrónico que la presidencia distribuía masivamente y en el que sólo tenía cabida el optimismo ante la realidad nacional. No obstante, es a toda luz evidente, entonces como ahora, que las *malas noticias son la noticia* y que va en aumento el periodismo que difunde, ventila, critica o busca el lado jocoso del asunto, parodiando la vida de *los políticos y las políticas*. Este panorama no es reciente desde luego. Se comenzó a fraguar en torno a la creciente participación ciuda-

dana en la política y uno de sus logros más espectaculares fue la alternancia obtenida con las elecciones de julio de 2000 en las que saldría ganador, justamente, Vicente Fox.

Desde entonces, estas circunstancias han sido de gran interés para los analistas sociales, así como para los propios periodistas, además de haberse gestado una creciente bibliografía que las aborda.¹ Inscrito en este escenario, este artículo pretende hurgar en el discurso de la prensa escrita para encontrar evidencias sobre los recursos lingüísticos y semióticos del discurso periodístico y la forma en que la prensa recrea la realidad, funciona como intermediaria entre diversos actores sociales, o se convierte ella misma en actor político.

El análisis se centra en los cinco días que van del 3 al 7 de julio del 2000. La elección obedece a dos razones. La primera es el advenimiento de la alternancia, luego de las elecciones del 2 de julio, que consiguió captar masivamente la atención de la prensa; en segundo lugar, ello permite comparar cómo, en función de su trayectoria y línea editorial, los diarios

¹ Entre otros, podemos citar a Raúl Trejo Delarbre, *Mediocracia sin mediaciones. Prensa, información y elecciones*, México, Cal y Arena, 2001; Rossana Fuentes-Berain, “Prensa y poder político en México”, en *Razón y Palabra. Primera Revista Electrónica en América Latina especializada en Tópicos de Comunicación*, n° 23, octubre-noviembre de 2001; Raúl Peimbert Díaz, *La prensa en México*, México, Editores Mexicanos, 2002; Marco Levorio Turcott, *Primera plana. La borrachera democrática de los diarios*, México, Ediciones Cal y Arena, 2002 y Julio Scherer García y Carlos Monsiváis, *Tiempo de saber. Prensa y poder en México*, México, Aguilar, 2003 (Col. Nuevo Siglo), además de tesis y artículos en la propia prensa escrita.

dieron cuenta de un mismo acontecimiento (los resultados de las elecciones del 2000), cuáles fueron las voces convocadas a informar, a opinar o tomar partido en torno a este proceso.

¿De qué forma seguían latentes, en su forma y contenido, las fuerzas de poder que durante décadas permanecieron vigentes? ¿Cuál era el mapa que se presentaba sobre las relaciones políticas en el país? ¿Se podría encontrar

en esos días la génesis del nuevo reacomodo? Si la prensa se convertía en un actor político renovado, ¿sería viable suponer que se importaban modelos de otros países, específicamente de Estados Unidos, para hacer una prensa cada vez más mercantilizada y ajena a los vaivenes de la política? ¿Podrían encontrarse algunas pistas de la creciente *monopolización* de la prensa, en la que dos o tres periódicos se disputaban el merca-

do, en tanto que parecía casi milagrosa la subsistencia de otros? Responder éstas y otras preguntas no sólo servirá para mejor comprender las relaciones de Vicente Fox con el “quinto poder” sino que, además, podría arrojar luz sobre qué tipo de relaciones se entablarán entre los *mass media* mexicanos y el nuevo mandatario Felipe Calderón.



Perspectiva teórico-metodológica

En el espectro de los medios de comunicación, la prensa goza de un lugar inamovible. Si bien los avances tecnológicos hacen posible la difusión y el almacenamiento de la información proveniente de la radio, televisión e internet, no se comparan a la posibilidad de los diarios para ser apropiados por el lector común para su consumo en el lugar y momento que éste decida; el lector tiene la posibilidad de detenerse en el texto, releerlo, fijarse en los matices, observar las imágenes o dibujos e, incluso, puede recortarlo o archivarlo para el futuro.²

La prensa escrita es una manifestación cultural que día a día nos pone en contacto con la “rea-

lidad” construida como discurso, entendido éste como “toda práctica enunciativa considerada en función de sus condiciones sociales de producción, que son fundamentalmente condiciones institucionales, ideológico-culturales e histórico-coyunturales”.³ Cabe aclarar que el término *discurso* no se restringe a lo verbal (lenguaje oral o escrito), sino que en un sentido amplio toda la cultura puede interpretarse como un discurso significativo. Lo visual, el tiempo, el espacio y otras manifestaciones culturales (de las cuales se ocupa la semiótica) son signos de la vida social y, por tanto, forman parte de las prácticas discursivas.

El discurso periodístico impreso, además de la palabra escrita y

las imágenes (fotografías, mapas, gráficas), dispone de los signos semióticos (o paralingüísticos, según la hemerografía estructural francesa) que añaden sentido al material escrito. Por ejemplo, la ubicación en primera plana, el ancho de columnas, la posición dentro de una página, elementos tipográficos, tales como el tamaño y tipo de letra, signos de puntuación, recuadros, subrayados, titulares, sumarios, balazos, en fin, los diversos aspectos de composición tipográfica que dotan de sentido al material periodístico.

Un elemento esencial del discurso periodístico es el encabezado, unidad que comprende titulares, subtítulos, balazos, sumarios, lla-

² José María Caminos Marcet, *Periodismo de investigación. Teoría y práctica*, Madrid, Editorial Síntesis, 1997 (Periodismo), p. 128.

³ Gilberto Giménez, *Poder, Estado y discurso. Perspectiva social y semiológica del discurso político-jurídico*, México, Universidad Nacional Autónoma de México, 1981 (Serie G: Estudios Doctrinales, 47), p. 124.

madras y otros recursos (que por cierto van en aumento ante las facilidades que la tecnología brinda al diseño). Como se sabe, el titular cumple la función de “gancho” para atrapar al lector y, con frecuencia, se convierte en la única parte que se lee. El encabezado principal goza de un sitio especial en todos los diarios que, con él, ofrecen su punto de vista sobre el hecho principal al menos durante las 24 horas de “vigencia” del periódico. En cuanto al párrafo inicial, además de ser también un gancho, contiene la información básica que sirve de fundamento al artículo.

La información que ofrecen los periódicos puede clasificarse en función de su contenido: general (donde el contenido político goza de especial predilección), economía, nota roja, deportes, espectáculos, cultura, tecnología. Existen diarios de información general o especializados, tales como los financieros o deportivos. En estas páginas nos ocuparemos de los primeros.

Otro elemento básico en la construcción del discurso periodístico es la fuente que sirve de base para su elaboración; se concibe como tal tanto al propio redactor (cuando escribe a partir de la observación directa y se convierte en testigo presencial entre la realidad y sus lectores) como

a la persona, grupos o instituciones a los que se recurre para la reconstrucción de los hechos dados a conocer por la prensa o sobre los cuales se opina.

Los géneros periodísticos son fundamentales para el estudio del discurso periodístico. Si bien su taxonomía despierta no pocas polémicas —y a sabiendas de que es imposible sostener que los géneros informativos sólo informen o que los géneros de opinión sólo opinen— es indudable que su elección contribuye a la instauración del sentido, además de que brinda una pauta valiosa respecto a la intención discursiva de quien emite los textos. Una clasificación útil para el análisis es la división en géneros informativos (nota informativa, crónica y encuesta) de opinión (editorial, columna y artículo de fondo) e interpretativos (entrevista y reportaje). Cabe advertir que esta última categoría suele verse altamente cuestionada, principalmente por cuanto a su denominación, pues es cierto que todo material periodístico es producto de una interpretación. Sin embargo, es conveniente mantener un lugar aparte para la entrevista y el reportaje pues constituyen pruebas irrecusables de un mayor interés por convocar voces “avaladas” y darles un sitio preferente, como sucede con la entrevista, o por investigar en los antecedentes y las

implicaciones del hecho noticioso, como sucede con el reportaje.

También conviene tener en cuenta la función que cumple el discurso periodístico, esto es, entenderlo como un acto de habla, con una intención determinada. Esta propuesta parte de la “teoría de los actos de habla” introducida por John Austin en 1962 según la cual “el acto de expresar la oración es realizar una acción, o parte de ella.”⁴ No solamente *lo que se dice* conlleva un mensaje; es preciso atender también a *cómo* y *para qué* se dice; para ello es importante detectar dónde se encuentra el principal foco de atención: ¿en el propio hablante?, ¿en sus interlocutores?, ¿en sus adversarios?, ¿en el referente?

Si trasladamos las consideraciones anteriores al discurso de la prensa y aplicamos a éste una clasificación propuesta para el análisis del discurso político,⁵ la prensa cumpliría las siguientes acciones discursivas:

- *Autoconstrucción de hablante:* entendiendo como tal al diario, en sentido amplio, y a sus reporteros, columnistas o articulistas; en el caso específico de la prensa resulta útil la subdivisión de esta categoría en *singular* (cuando el periodista se concibe a sí mismo como personaje principal y hasta único) y en *colectivo* (cuando

⁴ John Langshaw Austin, *Cómo hacer las cosas con palabras: palabras y acciones*, Barcelona, Paidós, 1982, pp. 45, 46.

⁵ Eva Salgado Andrade, *El discurso del poder. Informes presidenciales en México*, México, Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social (CIESAS), Miguel Ángel Porrúa, 2003.

el periodista se erige como representante o voz autorizada de un grupo social).

- *Construcción de interlocutores*: en primera instancia, los lectores, y, en segundo lugar, otros actores sociales insertos en el contexto de la enunciación periodística cuyo punto de vista resulta coincidente con el del diario o los periodistas.
- *Construcción de adversarios*: categoría referida también a otros actores sociales pero con quienes se establece una confrontación.
- *Construcción del referente*: en teoría correspondería al fin último de la prensa, a saber, dar cuenta de la realidad que se construye.

En los géneros informativos y los interpretativos la función que priva es la de construcción del referente, en tanto que el periódico se coloca como mediador; si bien el hecho de cuáles son sus fuentes y hacia quién se dirige la información de ellas obtenidas representa un actuar político, éste no se hace evidente o, al menos, el periódico pretende cumplir, de una forma *neutra*, con la construcción del re-

ferente, es decir, toma una distancia con respecto al hecho informado. En cambio, en los géneros de opinión se advierte claramente cómo el diario, por sí mismo (como ocurre en el editorial), o delegando esta función en sus colaboradores (como sucede en la columna o el artículo de fondo), deja su función de mediador para convertirse en un actor político.

La prensa, en tanto discurso social, lejos de concebirse como modeladora de conciencias o constructora de ideologías, es reflejo del contexto en el cual surge. Analizarla, por tanto, es la puerta de entrada a un conocimiento más amplio: el de las circunstancias políticas y sociales que rodean su emisión. Una vía para hacerlo es el análisis del discurso, metodología interdisciplinaria que, a partir de la lingüística y la semiótica aplicadas al análisis de los textos, y con las perspectivas teóricas de la sociología, la historia, la antropología y otras ciencias sociales para interpretar los resultados, permite estudiar producciones discursivas en tanto se gestan e inciden en un contexto social específico.

No existen reglas metodológicas fijas para el análisis de discurso; en

función de sus objetivos específicos, el analista puede recurrir a diversos métodos, que van desde la tradicional técnica de análisis de contenido funcionalista que se popularizó sobre todo en los sesenta, o las propuestas de estructuralistas franceses, como Jacques Kayser⁶ y Violette Morin⁷ quienes desarrollaron la técnica de hemerografía estructural, hasta los análisis más finos que se valen de la lingüística crítica y la semiótica en diversos niveles (sintáctico, semántico y pragmático) y que incorporan propuestas derivadas de la retórica o la estilística, estudios semióticos de la imagen o del texto. Cualquiera que sea la metodología empleada, es imperativo que el texto se conciba como una producción discursiva emitida en un contexto específico; sólo recurriendo una y otra vez a éste, será viable encontrar sentido a los hallazgos que se deriven de los análisis.

Algunos de los fundamentos de esta propuesta teórico-metodológica y su aplicación en la prensa escrita se pueden encontrar en Van Dijk,⁸ Calsamiglia y Tusón,⁹ Chilton y Schaffner,¹⁰ Wodak,¹¹ Fairclough,¹² Renkema¹³ y Gee,¹⁴ entre otros. Específicamente, los discursos donde se entrecruzan el ámbito de la

⁶ Jacques Kayser, *El diario francés*, Barcelona, A.T.E., 1979.

⁷ Violette Morin, *Tratamiento periodístico de la información*, Barcelona, A.T.E., 1974.

⁸ Teun A. Van Dijk, (compilador), *El discurso como interacción social. Estudios sobre el discurso II. Una introducción multidisciplinaria*, Barcelona, Gedisa Editorial, 2000.

⁹ Helena Calsamiglia Blancafort y Amparo Tusón Valls, *Las cosas del decir. Manual de análisis del discurso*, Barcelona, Ariel, 1999.

¹⁰ Paul A. Chilton, Christina Schaffner (eds.), *Politics as Talk and Text: Analytic Approaches to Political Discourse (Discourse Approaches to Politics, Society, and Culture, V. 4)*, Amsterdam/Philadelphia, John Benjamins Publishing Co., 2002.

¹¹ Ruth Wodak et al., *Methods of Text and Discourse Analysis*, London, Sage, 2000.

¹² Norman Fairclough, *Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language*, Addison-Wesley Pub Co., 1995 (Language in Social Life).

¹³ Jan Renkema, *Introducción a los estudios sobre el discurso*, Barcelona, Gedisa, 1999.

¹⁴ James Paul Gee, *An Introduction to Discourse Analysis: Theory and Method*, Londres, Routledge, 2002.

política y del periodismo generan considerable atención entre los analistas, como puede constatarse en los trabajos de Van Dijk,¹⁵ Fairclough,¹⁶ Gauthier,¹⁷ Graber,¹⁸ Wolton¹⁹ o Fonte,²⁰ entre otros. Estas páginas incorporan algunas de sus propuestas, a la vez que añaden otras que esperan contribuir al interés creciente que genera el análisis del discurso.



Criterios de construcción del *corpus*

En la noche del 2 de julio del 2000, cuando las principales cadenas de radio y televisión difundieron los resultados preliminares de la jornada electoral, se avizoraban transformaciones radicales en el escenario nacional. Por primera vez en décadas, el futuro presidente no sería un priísta. De manera oficial, esta información fue ratificada hacia las once de la noche, cuando el presidente del Instituto Federal Electoral (IFE), José Woldenberg, anunció que las encuestas de salida daban al candidato panista entre 39 y 45 por ciento del total de la votación. Frente a este hecho, insólito en la historia de México, el entonces presidente Ernesto Zedillo (1994-2000), a través de la radio y la televisión, reconoció y felicitó públicamente a Vicente Fox por su triunfo.

Los medios de información dieron salida a torrentes de palabras para informar y opinar en torno a

este acontecimiento que cimbraba la vida del país. Palabras como *alternancia*, *democracia*, *hegemonía* y *transición* eran profusamente incorporadas al acervo léxico del discurso político y periodístico. La euforia, sorpresa, satisfacción, incertidumbre, desconcierto o nostalgia de políticos, periodistas, intelectuales, líderes obreros, campesinos y religiosos se tradujeron en voces públicas del más variado origen que se aprestaron a examinar la nueva condición del país frente a uno de los episodios de mayor impacto en los últimos setenta años.

Para acercarnos al conocimiento de este fenómeno discursivo, y teniendo como acervo el total de la prensa, el *corpus* quedó conformado, en estricto orden alfabético, por *El Sol de México*, *El Universal*, *Excelsior*, *La Crónica de Hoy*, *La Jornada*, *La Prensa*, *Milenio Diario*, *Novedades*, *Reforma* y *Unomásuno*. A continuación se presentan los motivos para su inclusión.²¹

¹⁵ Teun A. Van Dijk, *Estructura y funciones del discurso, una introducción interdisciplinaria a la lingüística del texto y a los estudios del discurso*, México, Siglo Veintiuno Editores, 1996.

¹⁶ Norman Fairclough, *Media Discourse*, Londres, Edward Arnold, 1998.

¹⁷ Gilles Gauthier, André Gosselin y Jean Mouchon (comps.), *Comunicación y política*, Barcelona, Gedisa, 1998 (Colección El Mamífero Parlante).

¹⁸ Doris A. Graber, *The Politics of News: The News of Politics*, Washington, CQ Press, 1998.

¹⁹ Dominique Wolton, *Sobrevivir a Internet. Conversaciones con Olivier Jay*, Barcelona, Gedisa Editorial, 2000 (Colección El Mamífero Parlante).

²⁰ Irene Fonte, *La nación cubana y Estados Unidos; un estudio del discurso periodístico, 1906-1921*, México, El Colegio de México, Centro de Estudios Lingüísticos y Literarios/Universidad Autónoma Metropolitana-Iztapalapa, 2002.

²¹ Para esta breve reconstrucción de la historia y características de los diarios seleccionados se consultaron los textos de Karin Bohman, *Medios de comunicación y sistemas informativos en México*, México, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, Alianza Editorial Mexicana, 1989 (Col. Los Noventa); José Carreño Carlón, "Un modelo histórico de la relación entre prensa y poder en México en el siglo XX", en *Revista Mexicana de Comunicación*, marzo-abril del 2000; R. Fuentes-Berain, *op. cit.*; José Pérez Espino, "Una radiografía de la prensa en la ciudad de México", en *Al Margen*, *Medios* no. 2, en www.almargen.com.mx/medios/prensa/una_radiografia.htm; Raúl Trejo Delarbre, "Reporte sobre los medios en México-2002", en *Internationales Handbuch Medien 2002/2003*, Hamburgo, Baden-Baden, Hans-Bredow-Institut für Medienforschung an der Universität, Nomos Verlagsgesellschaft, 2002, (<http://raultrejo.tripod.com/ensayosmedios/Reportemediosmexico2002.htm>); René Avilés Fabila, "Los medios y los remedios", en *Universo de El Búho*, año 4, n° 38, febrero de 2003, México y Rosa María Valles Ruiz, *La columna política: mito y poder ante las elecciones del 2 de julio de 2000*, México, Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, 2004 (tesis doctoral en ciencias políticas y sociales con orientación en ciencias de la comunicación).

Un estudio sobre la prensa en el 2000 no podía dejar de incluir a los tres principales diarios de entonces: *El Universal*, *La Jornada* y *Reforma*. El primero, fundado el 1º de octubre de 1916 a iniciativa del ingeniero Félix Fulgencio Palavicini (bajo el lema “el diario político de la mañana”), a pesar de mantener en su información y línea editorial una filiación marcadamente priísta, con frecuencia se llegó a convertir en tribuna de distintas voces políticas. En 1996 se había dictado auto de formal prisión a su director, Juan Francisco Ealy Ortiz Garza, acusado de evasión fiscal. Se especuló que esto pudo haber sido en represalia a “ataques” por la línea de información adoptada por el diario en contra del gobierno de Ernesto Zedillo.

La Jornada se fundó el 19 de septiembre de 1984 tras una escisión de importantes periodistas del diario *Unomásuno* (entre los que figuraron Carlos Payán Volver, primer director general del nuevo diario, y los subdirectores Miguel Ángel Granados Chapa, Héctor Aguilar Camín, Humberto Musacchio y Carmen Lira Saade, actual directora). Con una orientación de centro-izquierda, se le reconoce por su apoyo constante a causas populares así como por su declarada simpatía hacia el Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN). Desde su creación, mantuvo una fuerte línea de oposición frente

a los gobiernos priístas; hoy día hace lo propio con respecto a los panistas.

A su vez, el periódico *Reforma*, fundado por Ramón Alberto Garza (que había sido director editorial de *El Universal*) y publicado por la empresa editora regiomontana *El Norte* (dueña de los diarios *El Norte*, *Reforma*, *Mural*, *Palabra*, *Metro* y *Señor Fútbol*) a partir de 1993, se distingue por su estilo innovador y por estar inspirado en los cánones de la prensa estadounidense (una relativa neutralidad frente al poder político, independencia económica, separación de lo editorial y lo empresarial, entre otras características). A fines de 1994, ante un conflicto con la Unión de Voceadores y Expendedores de Periódicos de México que se negó a distribuir este periódico en los kioscos y otros puntos de venta, los editores del diario, con el apoyo de reporteros, colaboradores, algunos diputados federales, artistas e intelectuales decidieron crear su propio mecanismo de venta directa al público. No sólo pudieron remontar la situación adversa, sino que aumentaron considerablemente su fuerza de ventas. Actualmente gozan de la preferencia de lectores de la clase alta y de la cada vez más pulverizada y difusa clase media, al extremo de representar una feroz competencia para longevos y ahora agonizantes diarios. Está dirigido por su pre-

sidente, dueño y director general Alejandro Junco de la Vega.

La muestra incluyó también diarios cuya presencia iba en descenso, (algunos de ellos, inclusive, ya han desaparecido): *Excélsior*, *Unomásuno* y *Novedades*. El llamado *Periódico de la Vida Nacional*, fundado el 18 de marzo de 1917 por Rafael Alducín Bedolla, llegó a ser, en sus momentos de gloria, el periódico más importante de México (con un tiraje de 160,000 ejemplares por mes; actualmente apenas si alcanza los 30,000) y uno de los principales en Latinoamérica. A partir de 1932, se convirtió en Cooperativa. Desde entonces fue propiedad de sus trabajadores. En 1976, la destitución de Julio Scherer García, su director desde 1968 —auspiciada por el gobierno de Luis Echeverría (1970-1976)— marcó un momento emblemático de la ruptura entre la prensa y el gobierno. Hacia el 2000, y en medio de constantes disputas por la dirección del diario, se podía advertir en sus páginas una notoria filiación priísta. Luego de un sin fin de crisis internas —caracterizadas por la subida y caída de sus directores; (Regino Díaz Redondo, Patricia Guevara Santibañez, Armando Sepúlveda Ibarra y José Manuel Nava Sánchez, último director del *Excélsior* editado por la cooperativa);²² una larga agonía financiera (toma ilegal y violenta de instalaciones, suspen-

²² Brutalmente asesinado a puñaladas el 16 de noviembre del 2006, apenas 9 días después de haber presentado su libro *El asalto final* en el que detalla su experiencia personal al frente de *Excélsior*. N.E.

sión de trabajadores, paros laborales e intervenciones por adeudos económicos) y el descrédito periodístico ante la opinión pública— la cooperativa aprobó la venta de los activos de esta casa editorial. Excélsior fue, entonces, adquirido fugazmente por Miguel Aldana Ibarra, empresario y antiguo jefe de la *Interpol* México, por 150 millones de dólares. Pero ante su falta de liquidez, (agravada por el hecho de que sus socios canadienses y suizos retiraron la oferta de 150 millones de dólares para adquirir la publicación) la oferta fue desestimada en enero del 2003. Finalmente, la cooperativa de trabajadores de Excélsior aprobó la venta del diario, a principios del 2006, al Grupo Empresarial Ángeles —encabezado por el poderoso empresario hospitalario, hotelero y radiofónico Olegario Vázquez Raña— por 585 millones de pesos. Con ello, se liquidó a la mayoría de los cooperativistas.

Unomásuno fue fundado el 14 de noviembre de 1977 por Manuel Becerra Acosta y un grupo de antiguos colaboradores de *Excélsior* luego de la salida de Julio Scherer. Si bien en sus inicios tuvo una marcada tendencia de oposición, viró paulatinamente hacia la derecha luego de la escisión en sus filas que dio origen a *La Jornada*; en el contexto de los comicios electorales, se pronunciaba a favor de la continuidad. En noviem-

bre del 2002 se vendió al empresario editorial mexiquense Naim Libien Kau²³ por apenas cinco millones de dólares. Los trabajadores de la cooperativa se fueron a la huelga y entablaron un juicio en contra del nuevo dueño del diario con el objetivo de conservar su fuente de empleo. A la fecha se ha convertido casi en una empresa familiar, tiene un subrayado tono sensacionalista y un bajo volumen de ventas a pesar ser uno de los diarios más baratos —\$5.00— dentro de este grupo (*Jornada*, *Excélsior* y *Reforma* cuestan el doble, \$10.00).

El periódico *Novedades de México* se comenzó a publicar desde el 14 septiembre de 1939 al ser fundado por Ignacio Herrerías. A lo largo de su historia se caracterizó por ser un periódico conservador y proempresarial, así como por su obediencia ciega al gobierno, cualquiera que fuese su color. No obstante, editó uno de los mejores suplementos culturales por lo que tuvo una época de gran presencia e influencia. En 1948, el magnate de la televisión mexicana Rómulo O'Farril Silva (Sr.) (dueño de la empresa Televisión de México —primera concesionaria televisiva del país— fundador del canal 4 y propietario de la estación radial XEX) compró Publicaciones Herrerías con lo cual adquirió y dirigió este diario del que creó, además, las ediciones de Puebla, Mérida y

Acapulco. A su muerte, en 1981, su hijo, Rómulo O'Farril Naunde (Jr.) continuó al frente del diario hasta su último número el 31 de diciembre del 2003 en que dejó de circular por los “Imperativos económicos derivados de la situación económica que ha vivido y vive el país”, según rezaba su último editorial.

Otro diario de larga vida, que se distingue de los demás por su tono absolutamente sensacionalista, amarillista y popular, es *La Prensa* que, en 1935, durante el gobierno cardenista, se convirtió en sociedad cooperativa. Ahora forma parte, junto con *El Sol de México* (fundado en 1965), de la Organización Editorial Mexicana (que agrupa 70 periódicos, 24 radiodifusoras, 1 canal de televisión y 43 sitios de Internet) propiedad de Mario Vázquez Raña.

Por último, se incluyeron dos periódicos relativamente recientes en el panorama editorial del 2000: *La Crónica de Hoy* y *Milenio Diario*. El primero de ellos se fundó el 17 de junio 1996 bajo la dirección de Pablo Hiriart Le Bert. Se dice que gran parte de su capital provino del ex-presidente Carlos Salinas de Gortari. Su actual presidente es Jorge Kahwagi Gastine, padre del controvertido ex-diputado federal, otrora miembro del Partido Verde Ecologista, boxeador y actual vicepresidente de este mismo diario, Jorge Kahwagi Macari. Por su

²³ Recientemente nombrado presidente del Consejo Consultivo de la Asociación de Editores de Periódicos Diarios y Revistas de la República Mexicana, AC, (Aedirmex). N.E.

parte, *Milenio Diario* nació el 1º de enero del año 2000 en forma coyuntural con la intensa campaña electoral. Concebido como un diario crítico al poder, lo cual le permitiría conquistar el mercado de medios impresos, en su corta vida ya registra diversos episodios que se resumen en la mezcla de intereses políticos del gobierno en turno y conflictos comerciales por su línea editorial. En septiembre del 2001, su director original, Raymundo Rivapalacio, fue removido del cargo. Según trascendió, la decisión fue resultado de presiones de Martha Sahagún, la esposa del entonces jefe del Ejecutivo.

La búsqueda se limitó a la información publicada entre los días lunes 3 al viernes 7 de julio del 2000, relacionada con los resultados de la elección federal, es decir, con el triunfo de Vicente Fox y la consecuente derrota del PRI. Quedaron fuera de esta selección noticias que, si bien estaban vinculadas con el proceso electoral, se ocupaban prioritariamente de difundir los resultados de los comicios en otras entidades del país o para integrantes del Poder Legislativo.

El *corpus* quedó conformado por 838 unidades, que abarcaban diversos géneros periodísticos. Fueron excluidas la fotografía (cuando aparece por sí misma y no como acompañamiento de una nota escrita) y

la caricatura política; si bien son de innegable trascendencia en el ámbito de la expresión pública de la opinión, sobre todo la última, su análisis rebasa las posibilidades de este trabajo cuyo principal objetivo es el análisis del lenguaje escrito.

Cada unidad de análisis consignó los siguientes datos: fecha, periódico, página, autor, género, tema, encabezado, sub-encabezado y primer párrafo.²⁴ Vale la pena advertir que esta decisión obedeció no sólo a criterios de orden práctico (reducir el tamaño de la muestra), sino que atendió a una realidad ineludible en el discurso periodístico: lo más importante de una nota (del género que sea) está en el encabezado y en el primer párrafo. La tabla 1 da cuenta del total de notas detectado en cada periódico. (Vid. Tabla 1).

Como anteriormente se señaló, cualquier resultado del análisis debe examinarse en su contexto de enunciación y ello vale incluso para simples conteos o registros, algo que llamamos *lo cualitativo de lo cuantitativo*. Es revelador, en consecuencia, que los tres diarios más importantes hacia julio del 2000 (y aún hasta la fecha) contuvieran mayor cantidad de materiales. También lo es la coincidencia de notas registradas entre *Excélsior* y *Novedades*; el primero de ellos ya sin el esplendor de que

gozó en otras épocas, en tanto que el segundo hoy desaparecido. Por último, la mínima frecuencia registrada en *La Prensa* prueba que la información política no era uno de los alimentos preferidos del sensacionalismo (al menos en el año 2000). (Vid. Tabla 2).

En la tabla 2²⁵ se resume la frecuencia total de géneros periodísticos agrupados en tres categorías. De la lectura de las cifras se infiere que, si bien los diarios se colocaron como intermediarios entre la sociedad y sus lectores, fue ligeramente mayor su interés por convertirse, al mismo tiempo, en actores políticos. La encuesta como género, que tan importante papel desempeñó antes de las elecciones, perdió casi por completo, a partir del 3 de julio, su importancia, misma que volvería a ganar con gran fuerza durante el proceso electoral del 2006. Por último, el hecho de que los interpretativos ocuparan la menor frecuencia refleja un menor interés por destacar las voces avaladas o por buscar antecedentes o ángulos distintos del hecho abordado.

Con respecto a los géneros periodísticos, la tabla 3 da cuenta de su inclusión en cada diario. Entre las diversas interpretaciones que se derivan de estas cifras, llama la atención que uno de los diarios que había apostado fuertemente al triunfo priísta,

²⁴ En total, los materiales equivalen a unas 300 cuartillas capturadas y procesadas para su consulta e interpretación en una base construida en el programa Access de Microsoft.

²⁵ En páginas anteriores explicamos que, para este tipo de materiales, adoptamos por consenso la denominación de "interpretativos", aunque no nos parece la más afortunada.

el *Unomásuno*, prefirió actuar como intermediario entre las fuentes y sus lectores, más que como actor político. *El Sol de México* y *La Prensa*, ambos propiedad de la misma cadena periodística, ensayaron un esquema donde ofrecieron para su venta opiniones más que información. Por último, *La Jornada* dio un espacio considerablemente mayor que otros diarios a entrevistas y reportajes lo cual refleja el interés por ampliar el número de voces autorizadas y por buscar profundidad en los hechos noticiosos. (Vid. Tabla 3).

Como última visión global, y por considerar que ofrece un interesante panorama del papel que, como actor político, la prensa desempeñó durante los días posteriores a los comicios, presentamos

los resultados derivados de la clasificación de acciones discursivas desempeñadas por medio de los géneros de opinión (editoriales, artículos de fondo y columnas).

Como puede advertirse, en un 58% de los materiales analizados, los periódicos, sus columnistas y articulistas se limitaron a opinar sobre el acontecimiento sin tomar partido específico; esto es comprensible si consideramos que el esquema político debía reorganizarse ante un giro tan radical luego de más de 70 años. En el 24% de los materiales, el periódico y sus colaboradores se erigieron como voceros de la sociedad o de sus diversos sectores. En el 9% los columnistas y articulistas no desempeñaron más papel político que el de externar su parecer

individual ante los comicios. En el 7% los periódicos o sus colaboradores se sintieron obligados a sostener una interlocución directa con los actores políticos involucrados en el acontecimiento, principalmente Vicente Fox (para recordarle sus compromisos) y Ernesto Zedillo (para agradecerle su actuación). Por último, resulta significativo que una cantidad mínima (apenas el 2%) se destinó a confrontación directa con otros actores políticos (los priistas perdedores, Fox o los panistas eufóricos); en un ambiente de incertidumbre ante la forma en que el otrora grupo en el poder y sus partidarios aceptarían los resultados, la prensa prefirió mantenerse en la línea de la concordia y la pacificación.



La alternancia y sus macrotemas

Un *corpus* tan extenso ofrece muchas posibilidades de análisis. En estas páginas se hará una presentación cuyo eje conductor será el tema principal de cada unidad de análisis. Para ello se procuró que, sin perder su especificidad, cada unidad pudiera insertarse en una serie de campos semánticos. La determinación de cuál habría de ser el campo semántico corres-

pondiente, se tomó a partir de la lectura de titulares, subtítulos (cuando los hubo), así como del primer párrafo.

Existen tres procedimientos por medio de los cuales los escuchas o lectores de un discurso almacenan, reproducen o comprenden un discurso: supresión, generalización y construcción.²⁶ En la supresión se eliminan los elementos

que, aunque presentes, están en realidad supeditados al tema principal. Además, en el discurso periodístico existen otros mecanismos gramaticales que ayudan a que esta función se realice como los propios recursos lingüísticos —el orden de palabras, detectar quién es el sujeto gramatical— y los tipográficos, que van desde el tipo y tamaño de la tipografía al

²⁶ Teun A. Van Dijk, *Estructura y funciones del discurso... op. cit.*, pp. 47-52.

uso de recuadros, subrayados y colores, entre otros elementos. Por ejemplo, el 4 de julio del 2000, *La Prensa* publicaba lo siguiente: **“Califican en EU como históricas y limpias las elecciones. Una histórica victoria del opositor Vicente Fox, el fin del predominio más largo de un partido político y ambiente de limpieza y justifica fue lo más trascendente de las elecciones mexicanas, **concluyó hoy la prensa estadounidense.**”**

En el encabezado, el sujeto gramatical es la tercera persona del plural sin precisar de quién se trata (recurso cada vez más socorrido en la redacción de titulares), pero con especial énfasis del lugar donde se produjo la calificación (Estados Unidos), en tanto que en el primer párrafo el sujeto es la prensa norteamericana. Si bien se habla de cuestiones como la victoria de Fox y el ambiente de limpieza de las elecciones, estos temas se suprimieron. Los tópicos resultantes se generalizaron para ubicarlos bajo el tema “Reacción internacional”.

Aun cuando varios temas podrían haberse englobado en uno solo, a lo largo del análisis se hizo evidente la necesidad de separarlos y atender así a las especificidades que ayudarían a una mejor comprensión del fenómeno discursivo en su conjunto. Así ocurrió, por ejemplo, con “jornada electoral”, “IFE”, “irregularidades de la jornada electoral” y “democracia”. En primer lugar, se ubicaron las notas que daban atención espe-

cial a los comicios con un claro tono de aceptación y reconocimiento ante lo ocurrido el 2 de julio sin hacer referencia a la labor del IFE, sino concibiéndolo como el producto de una acción colectiva de los votantes. Por el contrario, en el segundo rubro, el centro de atención fue el IFE y su desempeño en la organización de los comicios. Se consideró interesante crear un apartado especial para consignar las denuncias de la prensa en torno a las irregularidades en la jornada electoral. Por último, bajo el rubro *democracia* se trataba de consideraciones generales y, en ocasiones, abstractas respecto al sentido de la democracia, como un derecho del pueblo, independientemente de los resultados electorales.

Se crearon también rubros específicos para el PAN y el Partido de la Revolución Democrática (PRD), principales actores junto con el PRI en esta contienda, en tanto que para los otros partidos, cuya presencia fue considerablemente menor, se abrió un solo campo. Otro de los temas que resultó pertinente desagregar fue el de “reacción nacional”, que permitió identificar cómo era registrada la respuesta ante la alternancia por parte de distintos sectores sociales.

En total, las 838 notas se agruparon en 33 temas (*Vid.* tabla 4). Los números por sí mismos son reveladores, pero no lo suficiente si no se interpretan a la luz del contexto de enunciación tal y como

fue resumido en las páginas anteriores; aquí, las ocurrencias resultan tan significativas como las ausencias.

Resulta claro que el mayor interés fue informar, opinar o interpretar en torno a la debacle, adiós, aniquilamiento, desmantelamiento, ruptura, caída del muro revolucionario, declive, muerte o extinción del *dinosaurio*, partido hegemónico, *dictablanda*, *viejo y descompuesto partido casi único*, PRI-gobierno, tricolor, PRI-tanico y las reacciones de los priístas derrotados, llorosos, en desbandada, agonizantes, acéfalos, desmoronados, fracturados, en retirada, insurrectos, furiosos, desgastados, en *shock*.

La derrota del PRI no sólo fue el tema que obtuvo más frecuencia acumulada sino que durante los cinco días de la muestra se mantuvo siempre en primer lugar: el total fue de 177 ocurrencias (21.12%), es decir, poco más de una quinta parte. No era asunto menor: después de siete décadas de presidentes del PRI o de los partidos que le antecedieron, los diarios dieron una atención privilegiada al asunto.

Poco a poco la conmoción perdió interés periodístico, como puede advertirse en el casi simétrico descenso de la atención que mereció entre el 3 y el 7 de julio (*Vid.* tabla 5).

Al prestar atención a la cobertura que la derrota priísta mereció en distintos diarios, se obtiene una evidencia interesante de la fuerza de que éstos gozaban, hacia julio

del 2000, en el ambiente político. Así, los tres periódicos más fuertes en el escenario periodístico (*Reforma*, *El Universal* y *La Jornada*) se ocuparon en proporciones muy parecidas de informar y opinar sobre este hecho. Los que menos lo hicieron, *Novedades* y *Unomásuno*, estaban ya muy debilitados al grado que el primero de ellos dejó de publicarse en tanto que el otro se ha enfrentado a una historia problemática que aún no logra remontar. (Vid. Tabla 6).

Al ocuparse de este tema, los diarios actuaron más como actores políticos que como intermediarios. Así se desprende del hecho que, de los 177 registros, en igual número (31, es decir 17.51%), correspondieron a géneros informativos e interpretativos en tanto que 115 (64.97%) fueron géneros de opinión. Los periódicos, por voz propia o de sus columnistas y articulistas, se expresaron en opinar, con entera libertad, en torno al agobio que habían producido siete décadas de dominio priísta: “Nos tuvimos que pellizcar, parecía imposible que más de 70 años de “Dictablanda” pudieran desaparecer de golpe, sin que tuviéramos que oír el silbido de las balas.”²⁷ “Por el momento, lo único que tenemos es la certeza de que **ya nos liberamos de un secuestro express que duró 70 años** (será justo reconocer que, a veces

nos trataron bien y muchas otras, con nuestra participación activa o pasiva, nos trataron muy mal).”²⁸

Es interesante comentar que sólo cuatro diarios elevaron la derrota del PRI a rango de tema para sus editoriales: *El Universal*, *Excélsior*, *La Jornada* y *Novedades*, si bien el tono fue más mesurado e, incluso, marcando a veces sutilmente su disenso en torno a los resultados electorales como se aprecia en el editorial del 3 de julio en *Excélsior* donde con una oración aclarativa, “el pueblo lo siente así”, marcaba su distancia: “Sin duda, la desaprobación del pueblo al PRI revela la insatisfacción ante ansias largamente incumplidas [...] Existe una especie de animadversión colectiva a las gestiones gubernamentales de los más recientes decenios que, **el pueblo lo siente así**, no consiguieron satisfacer sus anhelos.”²⁹

La voz de los diarios con una larga trayectoria de filiación priísta sirvió también para externar la confianza en que el partido sabría remontar su crisis: “Sin estar preparado para ello, el Partido Revolucionario Institucional se enfrenta a su nueva realidad. A partir de diciembre será un partido de oposición y **desde este momento se prepara para renovarse y así poder actuar como lo demanden las circunstancias.**”³⁰

Después de 71 años de régimen priísta, ¿qué país esperaba a los mexicanos ya instalados en la era de la alternancia?, ¿qué sería del PRI una vez perdida la presidencia? Abordar el futuro político fue el segundo tema en importancia (103 registros, 12.29%). Con excepción del 6 de julio, cuando gran parte de la atención de la prensa estuvo centrada, por un lado, en dar cuenta de la ruptura declarada entre Ernesto Zedillo y los priístas y, por otro, en reclamar a Fox el cumplimiento de sus promesas, los otros días se mantuvo una frecuencia casi constante al hablar de las expectativas ante el nuevo esquema político. (Vid. Tabla 7).

Entre el 3 y el 7 de julio, se transitó en los periódicos de la incertidumbre y del escepticismo a la confianza en que el proceso tendría un final feliz. El 3 de julio, voces autorizadas, como la de Carlos Fuentes, advertían del desafío por venir: “La agenda para México en el siglo XXI, después de las elecciones federales de ayer, es desafiante”.³¹

Otros columnistas, desde sus espacios cotidianos, hacían a sus lectores llamados en aras de la conciliación y la concordia: “[...] Es seguro que en muchas conciencias haya alboroto y en otras duelo. **En todas debe haber ánimo de conciliación.** Hayamos amanecido con el mis-

²⁷ Catalina Noriega en *El Sol de México*, 4 de julio del 2000.

²⁸ Germán Dehesa en *Reforma*, 7 de julio del 2000.

²⁹ “Editorial”, *Excélsior*, 3 de julio del 2000.

³⁰ *El Universal*, 5 de julio del 2000.

³¹ Carlos Fuentes en *Novedades*, 3 de julio del 2000.

mo régimen presidencial que data de hace siete décadas, o hayamos comenzado a sustituirlo, es preciso que prevalezca un ánimo de concordia.”³²

Al cabo de la semana, los suspiros de alivio ante la tranquilidad con la que se aceptaron los resultados electorales fueron la tónica: “Normalidad democrática. El país pasó la prueba de una contienda presidencial cerrada, y de la alternancia misma, en la presidencia de la República. Ha quedado demostrado que un nivel alto de competitividad electoral no es sinónimo de conflicto o deslegitimación postelectorales y que el triunfo opositor en la presidencia no ha significado un desastre nacional [...]”³³

El futuro político se debatía entre reflexiones sobre la agenda desafiante, nuevas costumbres políticas, el nuevo papel del PAN, los mitos derrumbados, el PRI como oposición, la innovación gradual, el reacomodo de fuerzas, los retos de la democracia difícil y la pluralidad política, nuevos espacios democráticos, nuevos escenarios sociales y la expectativa y el temor que ello planteaba. (Vid. Tabla 8).

No todos los diarios lo hicieron, desde luego, de manera similar. Por ejemplo, *Reforma*, cuyas características lo hacen distinto de otros (entre otras cosas, no con-

tiene un editorial avalado por el nombre del periódico), incursiona con frecuencia en la estrategia de dar voz política a personas comunes y corrientes. Este recurso marca un gran contraste con el estilo que se gestó en las décadas priístas, como lo clarifica Fuentes-Berain: “En la prensa se coronó la vertiente que percibía al receptor de la información, al ciudadano, como un solo cuerpo, como un ente llamado ‘pueblo’ que no se configuraba por la yuxtaposición de individualidades sino por la disolución de las conciencias individuales.”³⁴ A diferencia de esta masificación del lector, que impide la atención en individuos sin un peso político específico, el *Reforma* dio cabida a notas como la siguiente:

-----●-----

Elecciones 2000 “¿Cambiará el uniforme de los soldados por pantalón blanco, camisa azul y botas negras?”, dijo un maya dueño de un taller de bicicletas.

CHEMAX, Yucatán.- La duda que le viene al señor Dzib cuando la televisión anuncia que en los conteos rápidos va arriba Vicente Fox es: “si gana ¿cambiará el uniforme de los soldados por pantalón blanco, camisa azul y botas negras?”³⁵

-----●-----

Entre los materiales registrados en *El Universal*, que fue el segundo periódico en dar cuenta del futuro político y en abierto desafío al optimismo reinante en

el ambiente, se incluyeron voces premonitorias como la contenida en el extenso primer párrafo que se cita a continuación:

El triunfo del panismo es el desenlace de la evolución priísta de los últimos sexenios. Las concertaciones ya permitían suponer que el priísmo buscaba, antes que perder frente a una oposición real, crear y fortalecer una oposición condescendiente. Salinas inventó un PAN con posibilidades de ganar y los panistas, a cambio, actuaron como si Salinas fuera un presidente legítimo. Mientras el PRI cedía gubernaturas y presidencias municipales, el PAN apoyaba las reformas neoliberales y defendía los manejos del Fobaproa. Ambos, PRI y PAN, estaban de acuerdo en que los trabajadores debían ganar menos y los empresarios más, en que era necesario convertir en propiedad privada las empresas del sector público y en que era tiempo de devolver a la Iglesia sus fueros y canonjías. Muy rápidamente el panismo se convirtió en un priísmo moderno, anuente como el que más en los lineamientos de la globalización y sin el lastre de un fraseo conceptual y un léxico supuestamente revolucionarios. Al ganar el PAN la elección presidencial se cierra un círculo: Fox será un Salinas sin embozos.³⁶

El Sol de México, que se ocupó en tercer lugar de este tema, se

³² Miguel Ángel Granados Chapa, “Plaza Pública”, “Hoy y mañana”, en *Reforma*, 3 de julio del 2000.

³³ Rubén R. García Clark en *Unomásuno*, 7 de julio del 2000.

³⁴ R. Fuentes-Berain, *op. cit.*, p. 5.

³⁵ Marcela Turati en *Reforma*, 4 de julio del 2000.

³⁶ Arturo Cantú, “Cambio de piel”, en *El Universal*, 3 de julio del 2000.

convirtió en foro para dar voz al vapuleado PRI, “agónico pero no muerto” (decían sus partidarios) y que, como el ave fénix, prometía recomponer sus cenizas:

La pérdida de la presidencia de la República pudo poner al PRI en estado agónico, pero sería aventurado darlo por muerto: de los priístas de a de veras depende que su partido no entre en una espiral mortal, se reorganice y se prepare a las elecciones del 2003 en que se renovará la legislatura de diputados al Congreso de la Unión. Que el golpe recibido a manos de millones de votantes fue severísimo, ni quien lo dude, pero sería un error pensar que un organismo que mantuvo el poder por espacio de siete décadas esté dispuesto a ofrecer el cuello para que sin más, se lo corten.³⁷

El futuro político fue abordado fundamentalmente por medio de artículos de fondo (38 registros, 37.25% del total) y columnas (26 registros, 25.49%). Sólo en cuatro editoriales se le identificó como tema principal; resalta, entre éstos, el tono conciliador que, a escasas horas de conocerse los resultados, adoptó *La Crónica de Hoy*, diario relacionado con el salinismo. Es más que significativo el cierre de este primer párrafo, *Viva México*, que hace recordar el estilo ampuloso con el que los políticos prominentes suelen cerrar sus discursos más importantes; era evidente

que este periódico se conformaba como un actor político y que su intención era, claramente, construir interlocutores:

El cambio llegó sin sobresaltos. Algún día tenía que ocurrir y **qué bueno que nos tocó vivirlo**. Las primeras palabras de Fox fueron de concordia, de prudencia y de madurez: todo hace pensar que lo ocurrido ayer fue para bien. Si no intervienen los artesanos del rencor y la revancha, **ayer habremos ganado todos**. Podremos, juntos y de buena fe, en paz y con respeto a las ideas del otro, construir la casa común que todos anhelamos. **Viva México**.³⁸

Pasada la conmoción y la euforia, el tercer tema fue recordarle al vencedor los compromisos de campaña: 86 registros (10.26% del total). En vista de que el lunes fue fundamentalmente de júbilo, hubo escasos registros (apenas 9 de 219); al día siguiente, se acabó la fiesta, ante lo cual se duplicó la frecuencia (19) y se mantuvo en niveles muy constantes a lo largo de la semana: 19 el 5 de julio, 20 al día siguiente y 19 el 7 de julio. (Vid. Tabla 9).

Los tres periódicos fuertes del momento no perdieron su protagonismo y asumieron el papel de recordar al vencedor la obligación de cumplir sus promesas de campaña. *El Universal* (con 18 notas), *La Jornada* y *Reforma* (con 13 notas cada uno) encabezaron la lista

trayendo a la agenda temas como: formación de un gabinete plural, profesional y no improvisado, integrado por los mejores elementos merced a la eficaz acción de las principales firmas de *head hunters*; resolución de los problemas del campo; creación de un nuevo régimen fiscal; manejabilidad de la deuda pública; solución al conflicto de Chiapas (el famoso “en quince minutos lo resuelvo” jamás llegó, ni entonces ni al final de su sexenio); atención prioritaria al campo; diseño de un plan para el crecimiento sostenido durante 25 años; reorganización de las fuerzas armadas; combate a la pobreza y muchos otros que, al calor de las campañas políticas, terminaron a la postre por convertirse en promesas de falso mesías. “No nos falles” se dijo, abierta o veladamente, desde la prensa como tribuna.

El cuarto lugar lo ocupó el triunfo de Vicente Fox, doblemente festejado pues el 2 de julio coincidió con su cumpleaños. La luna de miel entre el candidato triunfador y la prensa se encontraba en pleno apogeo. “Buena suerte, VFQ”, “Buenos días, Vicente Fox”, eran algunos de los entusiastas saludos que recibía desde el espacio periodístico. Las crónicas y notas informativas daban cuenta del festejo y la algarabía que produjo su triunfo entre los panistas y los numerosos afiliados al “voto útil” que, más que votar por un can-

³⁷ José Cabrera Parra en *El Sol de México*, 4 de julio del 2000.

³⁸ “Editorial”, *La Crónica de Hoy*, 3 de julio del 2000.

didato, votaban en contra de un partido.

Fue tal la euforia que algunos empezaron a especular sobre una pronta canonización: “Es muy probable que a corto plazo Juan Diego se convierta en santo de la Iglesia católica, pero tal vez sea superado en el tiempo por san Vicente de Fox o de Guanajuato, como se le quiera denominar.”³⁹

Al buscar sentido a las cifras, surgió un punto de comparación consistente en la forma en que discursivamente se construyeron los contendientes: ¿quién fue más importante, el candidato, su partido o la alianza partidista, como ocurrió con el PAN y el PRI? En la tabla 10 se condensan los resultados en los cuales se aprecia con claridad que los grandes contendientes fueron Vicente Fox (y no su partido o alianza partidista) y el PRI (y no su candidato). Indudablemente, el triunfo fue de Vicente Fox, no del PAN (“Fox tira al PRI”, decía *Reforma* en su encabezado principal) y menos de Alianza por el Cambio, coalición de partidos que formalmente obtuvo el triunfo. Finalmente, destaca la gran similitud que se obtiene al contabilizar las menciones explícitas al PRD o a Cuauhtémoc Cárdenas, en tanto que la Alianza por México, coalición partidista que postuló a este último, escasamente figuró en el escenario. (Vid. Tabla 10).

El escenario nacional recibió con entusiasmo a Vicente Fox, el ranchero, el de *las botas*, el que demostraba que *sí se pudo, sí se pudo*, el que “convenció a la ciudadanía”, quien *se sentía a toda máquina*, el *panista*, el guanajuatense, “enemigo de los estilos narcisistas, prepotentes y caciquiles”, partidario “de hablar con franqueza, sin rodeos y sin rebuscamientos”, *Vicente a secas*, el que prometió un gobierno incluyente, *el hombre*, el *buen católico* y sobrino de una monja por añadidura, el que *se echó a la bolsa a periodistas extranjeros*, el que *ofreció negociar “al tú por tú” con los países* se adjudicó 848 menciones. En cambio, el PAN, partido que lo llevaría a la presidencia, debió conformarse con sólo 95 y Alianza por el Cambio con 84. Esta evidencia numérica se complementa con las reiteradas manifestaciones de Fox en el sentido de que gobernaría él y no su partido: Fox: “el PAN ya me formó, ahora me tiene que dejar ir”. “No me mueven las ambiciones desmedidas de poder. Al final quien gobierna soy yo, el que la riega soy yo, no mi partido.”⁴⁰

La entonces vocera de la presidencia, y después “primera dama”, también lo dijo de manera muy clara (por cierto, una lectura detenida del siguiente párrafo habría ahorrado muchas sorpresas

ante el gran protagonismo político que caracterizaría a Martha Sahagún durante el sexenio foxista): “Todos los que trabajamos de cerca con el futuro presidente, Vicente Fox Quesada, **conocemos perfectamente su forma de pensar**, y cuando señala que tendrá absoluta independencia del partido [Acción Nacional] para gobernar y armar su gabinete, **es porque así será**.”⁴¹

El otro gran triunfador de la contienda fue Ernesto Zedillo quien mereció el quinto lugar en la frecuencia de temas y se convirtió en tema principal de 52 notas; los días en que su figura adquirió mayor interés periodístico fueron el lunes 3 y el jueves 6. Un día después de las elecciones, ocho de los diez periódicos mostraron su satisfacción o su estupefacción ante el hecho de que, desde Los Pinos, a las 23:10 horas (incluso antes de que el IFE emitiera resultados oficiales) Zedillo dirigió un mensaje a la nación para informar que el próximo presidente de la República sería Vicente Fox Quesada e invitarlo a reunirse con él “para preparar una entrega transparente, pulcra y eficaz de la administración”.

Cada diario reaccionó de diversa forma al construir periodísticamente este tema. En *El Universal*, cuyas relaciones con Zedillo se habían visto enturbiadas en 1996

³⁹ Miguel Ángel Rivera en *La Jornada*, 4 de julio del 2000.

⁴⁰ Entrevista de Elena Gallegos y Juan Manuel Venegas a Vicente Fox, en *La Jornada*, 6 de julio del 2000.

⁴¹ Martha Sahagún Jiménez, en “El gobierno del guanajuatense, independiente de AN, ratifican”, nota de Juan Manuel Venegas en *La Jornada*, 7 de julio del 2000.

por el proceso penal seguido en contra de su director por evasión fiscal, la figura presidencial apareció disminuida, como puede advertirse del hecho de que el primer párrafo de su editorial se destinó a elogiar profusamente la labor del IFE. No hubo tampoco artículos de opinión centrados en enaltecer la labor de Zedillo; de hecho, las alabanzas detectadas provinieron de Vicente Fox, según fueron recogidas por uno de sus reporteros: "Vicente Fox Quesada, en su primer mensaje como candidato presidencial electo, reconoció en el actual mandatario del país, Ernesto Zedillo Ponce de León, a un estadista, un hombre de democracia, un hombre de Estado que supo entender los signos de los tiempos y facilitó la transición en México [...]"⁴²

Postura muy distinta asumió el otro diario longevo, *Excelsior*, en cuyo editorial Zedillo fue loado con estas palabras:

----- ● -----
 [...] hay un artífice sin cuya aportación ello no se hubiera logrado en un plazo tan breve: el Presidente Ernesto Zedillo. En su mensaje a la nación [...] mostró la extraordinaria serenidad sólo factible de ser expresada por quien sabe muy bien lo que hace y reconoce la validez de tomar riesgos, si éstos son en beneficio de la patria y, sobre todo, de las generaciones futuras. Alguien que piensa en el fallo de la historia; sin detenerse en el juicio transitorio de las urgencias del momento, se

convierte en un estadista y en tal carácter será recordado Ernesto Zedillo.⁴³

----- ● -----
 El siguiente tema en importancia fue la reacción favorable de la comunidad internacional: 44 notas, 30 de las cuales se registraron el martes 4 de julio. Al denominar este rubro como "Reacción internacional (EUA y "el mundo"), quisimos dejar constancia de que, entre todos los países, el vecino del norte era el que tenía más preocupada a la prensa. Casi la mitad de notas dieron prioridad a la reacción específica de Estados Unidos: "*Satisfacción en Wall Street al conocerse el resultado*", "*Fox Quesada, noticia de ocho columnas en EU durante tres días*".

Los diarios se volcaron a informar con gran satisfacción cómo "México ha sido esta semana la mejor noticia del mundo"; "Los periódicos más importantes del mundo reflejaron en sus principales espacios la derrota del PRI a manos de Vicente Fox"; "La prensa internacional califica de históricas las elecciones mexicanas"; "la Unión Europea llena de elogios a México"; "Celebra la comunidad internacional la 'histórica' victoria de Vicente Fox"; "Reciben con euforia en el mundo la victoria de Fox"; "Medios internacionales elogian labor de Zedillo en los comicios"; "Califican en EU como históricas y limpias las elecciones"; "Elecciones en México, ejemplo para La-

tinoamérica"; "Asombro en Latinoamérica por el triunfo de Fox"; "Reconoció el mundo limpieza de nuestras elecciones".

A propósito de la reacción internacional, es de interés comentar uno de los hallazgos de la investigación detectado en la fase de análisis sintáctico de encabezados. Al aislar las unidades agrupadas en este tema se advirtió que, a diferencia de lo que suele ocurrir en la redacción de encabezados, los personajes extranjeros (sean presidentes, candidatos, organizaciones internacionales) fungen en un alto porcentaje como sujetos gramaticales; véanse las siguientes cifras. De 45 encabezados, 10 fueron contruidos como frases, es decir, sin la presencia de un sujeto gramatical o al menos de un verbo ("Reconocimiento mundial a madurez política"; "Relaciones con EU"; "Felicitación de Bill Clinton a Vicente Fox, vía telefónica", por mencionar algunos).

Asimismo, 31 (de los 35 restantes) fueron encabezados contruidos como una oración, en ocasiones con sujeto explícito: "Reconoce **Jimmy Carter** la 'madurez' de México", o bien, con en plural de tercera persona sin que hubiera un sujeto explícito: "**Reciben** con euforia en el mundo la victoria de Fox". Es importante comentar que 25 de estas 35 oraciones (es decir el 71.43%) sí incluían sujeto gramatical (políticos, presidentes, prensa o comunidad internacional). Incluso diarios como *Reforma* que

⁴² Jorge Herrera, "Reconoce Fox la labor de Zedillo", en *El Universal*, 3 de julio del 2000.

⁴³ Editorial, "Prevaleció la Democracia", en *Excelsior*, 3 de julio del 2000.

recurren constantemente a la elisión del sujeto (al menos así se detectó en un 36% de sus encabezados), fueron generosos para dar a los personajes su lugar como sujetos gramaticales. Era innegable: a decir de la prensa uno de los saldos positivos de la jornada electoral fue habernos ganado la buena voluntad del extranjero, sobre todo de los vecinos del norte. México había pasado la prueba y Fox era declarado *persona grata*: **“Anticipa Clinton bienvenida a Fox”**.⁴⁴

Recordar y elogiar la *jornada electoral* que tan buena imagen dio al país, ocupó el séptimo lugar en importancia, si bien el tema fue perdiendo interés periodístico; en efecto, el 3 de julio hubo 30 menciones mismas que descendieron a 11 para el 4 de julio. Hubo gran coincidencia en las valoraciones sobre los comicios: *jornada ejemplar, memorable, histórica, limpia, tranquila, transparente, pulcra, exitosa, madura, donde ganamos todos, civilizada, inédita, democrática, entusiasta, emotiva, extraordinaria, esperanza-dora*, en suma, *una lección de civilidad* que nos instalaba en la vía de los países democráticos...

Por cuanto a los demás resultados, vale la pena hacer algunos comentarios generales. Es significativo, por ejemplo, que al dar cuenta de la reacción de distintos sectores políticos, la mayor cantidad

de notas se ocupó de la Iglesia, principalmente de la católica, aunque también se habló de la evangélica, con 13 registros, más de los 10 que, en conjunto, obtuvo el sector obrero y campesino a través de declaraciones del Congreso del Trabajo, la Confederación de Trabajadores Mexicanos o del Congreso Agrario Permanente. Estas cifras, más que revelar la devoción de México, eran indicadores de alarma ante la previsible intromisión de la Iglesia en el gobierno, como consecuencia del triunfo panista.

Cuauhtémoc Cárdenas, y varios de sus juicios en torno a Vicente Fox, sirvieron como un cómodo puente para expresar el sentir de algunos periódicos, que así evitaban enfrentamientos directos frente al futuro presidente: **“Desgracia para el país**, virtual victoria de Fox”.⁴⁵

“No felicitaré a Fox porque **lo que está pasando es una desgracia para el país**. Lo importante es que inicia el desmantelamiento del régimen del partido de Estado”.⁴⁶

La atención brindada a los candidatos derrotados fue considerablemente menor. De hecho, Francisco Labastida brilló por su ausencia a partir del 4 de julio y sólo hubo algunas referencias veladas a su persona para señalar que también había sido derrotado en otra

contienda, la de la dirigencia de su partido. Por cuanto a la labor del IFE en las elecciones, sólo se registraron 10 notas que dieran cuenta de este tema.

La llegada de un presidente no priísta fue también motivo de nuevas formas de acercamiento hacia los personajes políticos. En una clara ruptura con viejos esquemas, donde la intromisión en la vida privada se ha convertido en un redituable elemento periodístico, se encontraron notas como la siguiente:

Por única vez y por tratarse del virtual presidente de México, repetimos en esta sección el análisis fisonómico del triunfador en las pasadas elecciones. Hemos agregado cosas nuevas y reafirmado otras, para que se tenga un panorama más amplio del carácter de quien guiará nuestro país en los próximos seis años. De acuerdo con sus rasgos faciales, es del tipo de personas que no cambian con el poder ni se vuelven arrogantes o prepotentes [...] ⁴⁷

La prensa llevó a su público hasta la intimidad del presidente. Los lectores pudieron así enterarse de que la bomba de la cisterna de su casa se había descompuesto, que tomado de las manos de sus hijos Ana Cristina, Paulina, Vicente y Rodrigo Vicente Fox cerró los ojos y rezó un Ave María ante la imagen de la Virgen de Guadalupe,

⁴⁴ Maribel González en *Reforma*, 6 de julio del 2000.

⁴⁵ Mauricio Padilla y Mariano Rosales en *Unomásuno*, 3 de julio del 2000.

⁴⁶ Lucero Ramírez en *El Universal*, 3 de julio del 2006.

⁴⁷ Sergio Jaubert, “Caras vemos”, “Vicente Fox Quesada”, en *Milenio Diario*, 4 de julio del 2006.

que entre sollozos doña Mercedes, su madre, le dio la bendición y lo regañó antes de salir a la placita para votar en la escuela primaria Lucas Ortiz: “Mira nomás, estás muy delgado... ¡Ay Vicente!”.⁴⁸

Sus parientes se convirtieron también en personajes públicos: “Afirma monja que Fox, su sobriño, es buen católico.”⁴⁹

Sólo cuatro notas tuvieron como tema principal la reacción de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) frente a los resultados electorales: dos en *La Jornada*, uno en *Milenio Diario* y otra en *Excélsior*. Probablemente esta falta de protagonismo en el proceso adquiera sentido si recordamos que la Máxima Casa de Estudios apenas comenzaba a restañar las heridas luego del paro estudiantil de casi diez meses, iniciado en abril de 1999, el cual terminaría en los primeros días de febrero del 2000, cuando se ordenó el desalojo violento de los huelguistas, en un episodio que algunos atribuyeron a un oportunismo político ante la proximidad de las elecciones presidenciales. Sin embargo, era evidente que, desde la universidad, y en medio de la algarabía, ya se emitían voces de alarma a las que bien valía prestar atención. En sus primeras líneas del editorial del 5 de julio, *Excélsior* señalaba: “[...] Economistas del Instituto de Inves-

tigaciones Económicas de la UNAM manifestaron la existencia de graves contradicciones en el programa económico de Fox, quien **habla de cambio, pero se apega a los lineamientos del Fondo Monetario Internacional y el Banco Mundial.**”⁵⁰

Al analizar el discurso resulta revelador tanto lo que se dice como lo que no se dice. En cuanto a los temas que sólo se detectaron una vez destaca, por ejemplo, una nota destinada a comentar la reacción de Amigos de Fox, grupo político que tuvo una activa participación desde el inicio de la campaña y que se vio envuelto después en escándalos de corrupción, lavado de dinero y delitos electorales: La asociación Amigos de Fox “a nivel Región Bajío”, se declaró apartidista y se desligó totalmente de Acción Nacional mediante su coordinadora, Patricia Quesada Lastiri, quien anunció que cumplida la misión de haber llevado al candidato de la Alianza por el Cambio, Vicente Fox Quesada, a la presidencia de la República, la organización podría incluso cambiar de nombre.⁵¹

De los logros del PRI, luego de más de setenta años de gobierno, y cuando la tónica fue la crítica hacia el partido hegemónico, sólo hubo una muestra declarada de adhesión que fue además uno de los

pocos ejemplos de construcción de adversarios: contra el PAN y en defensa del PRI:

“Los que han hecho la Revolución y el PRI. Eufóricos en su triunfo, los panistas encabezados por Vicente Fox se empeñan en negar lo que los gobiernos surgidos del PRI y apoyados en las tesis de la Revolución Mexicana hicieron en este país.”⁵²

A propósito de otro tema del que sólo se registró una nota, se desprende otra observación sobre algunas de las innovaciones que presenta el discurso periodístico. Se trata de una mención a la reacción que, en una familia mexicana, provocaron las elecciones y que se publicó en el *Novedades*: “Durante tres generaciones, la familia de Juan Quiroz ha operado un pequeño puesto en el mercado que se encuentra a la sombra de la mansión presidencial, Los Pinos. Pero la política mexicana le parecía tan impenetrable, dice, que nunca se había sentido cerca de ella.”⁵³

No es casual que se trate de un material procedente de un periódico estadounidense. De hecho, como se comentó anteriormente, este tipo de periodismo que da voz a los individuos se observó en *Reforma*, que ha adoptado en su línea editorial varios de los criterios periodísticos del país del norte.

⁴⁸ Wilbert Torre en *Reforma*, 3 de julio del 2006.

⁴⁹ *El Universal*, 6 de julio del 2006.

⁵⁰ “Editorial”, *Excélsior*, 5 de julio del 2000.

⁵¹ Omar Delgado, “Se declara apartidista la asociación Amigos de Fox”, en *Unomásuno*, 5 de julio del 2000.

⁵² Miguel Osorio Marbán, *El Sol de México*, 6 de julio del 2000.

⁵³ Ginger Thompson, “Nueva sensación de poder al pueblo de México”, en *The New York Times*, citado en *Novedades*, 6 de Julio del 2000.

Por último, en una nota claramente desfasada, el ex-presidente López Portillo, fallecido el 17 de febrero del 2004, declaraba optimista: “El ex presidente José López Portillo confió en que el Partido Revolucionario Institucional (PRI) ganará las elecciones y demandó a los partidos de oposición que acepten los resultados de estos comicios y de esta manera ‘ejerzan la democracia’ ”.⁵⁴

Publicada el 3 de julio, cuando los resultados eran de todos conocidos, tal vez esta nota carecía de oportunidad periodística pero dentro de su, hasta cierto punto, jocosa inclusión encerraba un fuerte contenido pragmático. ¿Qué más podía esperarse de uno de los máximos representantes del presidencialismo priísta en México que se jactaba de que, en 1976, fue el único contendiente en las elecciones?



Conclusiones

El “fin” del partido único fue un momento de catarsis para una prensa que durante décadas mantuvo una relación cómplice con el partido en el poder. Según su línea editorial, cada diario se valió de formas distintas para expresar su alegría, desconcierto o incertidumbre ante el porvenir. En este sentido, algunos recurrieron profusamente a los géneros informativos, para mantener una posición “neutra” al usar a personajes de un bando (tal vez incluso distinto al suyo) para lanzar ataques a los de otro. Otros más no dudaron en fungir como actores políticos ya fuera el periódico en su conjunto (por medio de editoriales), o bien, por voz de sus columnistas o articulistas; los motivos para esto no siempre obedecieron a una toma de postura pues reflejaron también cómo, en forma creciente, vender opiniones es un negocio redituable.

Los grandes personajes de la contienda fueron el PRI (sin su candidato), Vicente Fox (sin su partido) y Ernesto Zedillo (también sin su partido). El escenario podía resumirse como el “Adiós al PRI”⁵⁵ y de ninguna manera la bienvenida al PAN.

Se pudieron detectar nuevas formas de hacer periodismo, inspiradas en criterios de los Esta-

dos Unidos. Entre los mecanismos que aparecen como innovadores se encuentra elevar al nivel de lo público la vida individual. Esto, si bien tiene su aspecto positivo, al ver al pueblo como algo más que un ser amorfo, conlleva los riesgos de la disminución de oportunidades de acción colectiva. Resulta más inocuo difundir las percepciones o inquietudes de un ente individual (o su familia), disociado de su identidad como parte de un grupo social o político que dar a conocer opiniones, reacciones o propuestas conjuntas en busca de solución a problemas generales. En cierta forma, la cada vez más difundida práctica de realizar sondeos o encuestas que reflejan el sentir de la “población” obedece a estos patrones. Las cifras, a fin de cuentas, no son más que una suma (real, en el mejor de los casos, aunque también probablemente ficticia) de percepciones aisladas o descontextualizadas de una acción grupal.

Ya no es viable continuar con la tradicional separación de medios gobiernistas o prensa independiente. Al no existir más un poder hegemónico, capaz de articular un esquema que le asegure su permanencia (como ocurrió durante las décadas priístas), cuando la prensa desempeñó un papel importante,

⁵⁴ Matilde Pérez U., “Acepten resultados, pide López Portillo a la oposición”, en *La Jornada*, 3 de julio del 2000.

⁵⁵ Así encabezó *La Jornada* su nota principal del 3 de julio del 2000.

ésta ha tenido que buscar su subsistencia con otros mecanismos. Entre los nuevos esquemas editoriales, encontramos el de concebir a la información y a la opinión exclusivamente como negocio, sin más credo político que el que ofrezca mayores ventas. Para obtener las mercancías, si la noticia no llega por sí sola, una posibilidad es incluso convertirse en detective (ejemplos recientes se encuentran en *Reforma* y *Milenio Diario*); o mantener en forma inveterada los esquemas probados de vender noticias sensacionalistas donde *La Prensa* ocupa el peldaño de honor; o representar una oferta local, como ha ocurrido desde tiempo atrás con *El Sol de México*.

Una opción más es la de mantener una posición plural (sobre todo al convertirse en foro de distintas opiniones) capaz de venderse al mejor postor, por ejemplo, *El Universal*. En no pocas ocasiones su destino estará invariablemente asociado al de los grupos políticos a los cuales se adhiere; la desaparición de *Novedades* y el debilitamien-

to de *Unomásuno* y *Excélsior* son prueba de ello. Otro grupo es el de la prensa que se gesta, en forma encubierta, al amparo de grupos o personajes asociados con la política (por ejemplo, *La Crónica de Hoy*).

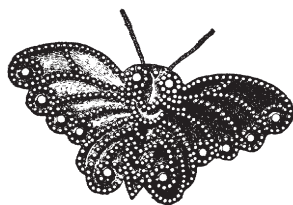
En mayor o menor medida varios de los diarios anteriores han buscado aumentar su fuerza de ventas al explotar el interés creciente de los lectores en torno a la vida íntima de personajes célebres, principalmente gente del espectáculo o el deporte, pero también y en forma creciente de varios personajes de la política.

Por último, se encuentra la prensa que se concibe, sin rodeos, como un actor político, y en la que, aunque con divergencias, es posible encontrar puntos comunes entre la línea editorial del periódico y la de sus columnistas o articulistas; desde luego, esta visión política no aparece reñida con sus posibilidades de convertirse en un negocio redituable, como lo constatan los tirajes y la presencia constante de *La Jornada*.

Los materiales recabados contienen aún muchas evidencias sobre la forma en que la realidad se construye como discurso periodístico. Aun cuando otras formas de comunicación (prensa, radio, Internet) invaden gradualmente los espacios de los diarios impresos, aún le quedan a éstos algunos años de vida; mientras ello ocurra será nuestra obligación su lectura crítica, como se intentó en estas páginas. Ello nos ayudará, seguramente, a entender la caótica realidad política en la que estamos inmersos; el oscuro y enigmático juego de ajedrez en que se convierte la búsqueda del poder y la consecuente exacerbación de la crisis que tiene desde hace años al país como botín. De esta forma, pensamos, contribuiremos a la urgente necesidad de que la democracia en nuestro país sea un ejercicio real y no una simple estrategia electoral.

Entregado el 3 de mayo del 2005

Aceptado el 12 de enero del 2006



Tablas

Tabla 1. Notas publicadas en cada diario (3 al 7 de julio del 2000)

<i>El Universal</i>	163
<i>La Jornada</i>	149
<i>Reforma</i>	147
<i>El Sol de México</i>	74
<i>Unomásuno</i>	71
<i>Excélsior</i>	58
<i>Novedades</i>	58
<i>Milenio Diario</i>	48
<i>La Crónica de Hoy</i>	42
<i>La Prensa</i>	28
Total	838

Tabla 2. Frecuencia de géneros periodísticos (3 al 7 de julio del 2000)

Género	Notas publicadas
Editorial	44
Artículo de fondo	169
Columna	149
Total de opinión	362
Nota informativa	265
Crónica	36
Encuesta	6
Total de informativos:	307
Reportaje	84
Entrevista	85
Total de "interpretativos"²⁵	169
Total	838

Tabla 3. Presencia de los géneros periodísticos en cada diario

Periódico	Géneros informativos	Géneros de opinión	Géneros interpretativos
<i>El Universal</i>	35.61%	32.52%	31.9%
<i>La Jornada</i>	27.51%	29.53%	42.95%
<i>Unomásuno</i>	52.11%	38.02%	9.86%
<i>El Sol de México</i>	36%	58.66%	5.33%
<i>La Crónica de Hoy</i>	38.09%	42.85%	19.04%
<i>Milenio Diario</i>	29.17%	60.41%	10.42%
<i>La Prensa</i>	20.69%	75.86%	3.45%
<i>Reforma</i>	41.50%	43.54%	14.96%
<i>Excélsior</i>	32.76%	58.61%	8.62%
<i>Novedades</i>	49.99%	49.99%	0%

Tabla 4. Temas detectados en la prensa del 3 al 7 de julio del 2000		
Tema	Frecuencia	%
Derrota del PRI	177	21.12%
Futuro político	103	12.29%
Compromisos de Fox	86	10.26%
Triunfo de Fox	70	8.35%
Ernesto Zedillo	52	6.20%
Reacción internacional (EUA y "el mundo")	44	5.25%
Jornada electoral	42	5.01%
Transición	35	4.18%
Resultados de la elección	34	4.05%
Repercusiones en la economía	27	3.22%
Irregularidades de la jornada electoral	23	2.75%
PAN	18	2.15%
Democracia	15	1.79%
Cuauhtémoc Cárdenas	13	1.55%
Reacción nacional (Iglesia católica, evangélica)	13	1.55%
Francisco Labastida	12	1.43%
IFE	10	1.19%
Reacción nacional (organizaciones obreras y campesinas)	10	1.19%
Otros candidatos	8	0.95%
PRD	8	0.95%
Personalidad de Fox	7	0.84%
Campaña electoral	6	0.72%
Familia de Fox	5	0.60%
Reacción nacional (gobernadores y funcionarios federales)	5	0.60%
Reacción nacional (UNAM)	4	0.48%
Encuestas	3	0.36%
Reacción nacional (Poder Judicial)	3	0.36%
Amigos de Fox	1	0.12%
Elecciones anteriores	1	0.12%
Logros del PRI	1	0.12%
Reacción nacional (la familia de Juan Quiroz)	1	0.12%
Triunfo del PRI	1	0.12%
Total	838	99.99%

Tabla 5. Notas publicadas sobre la derrota del PRI	
3/julio/00	43
4/julio/00	40
5/julio/00	35
6/julio/00	36
7/julio/00	23
Total	177

Tabla 6. Frecuencia con que cada diario se ocupó de la derrota del PRI	
<i>Reforma</i>	37
<i>La Jornada</i>	34
<i>El Universal</i>	33
<i>Milenio Diario</i>	14
<i>El Sol de México</i>	13
<i>Excélsior</i>	11
<i>La Crónica de Hoy</i>	11
<i>La Prensa</i>	10
<i>Novedades</i>	7
<i>Unomásuno</i>	7
Total	177

Tabla 7. Frecuencia en que los diarios se ocuparon del futuro político	
3/jul/00	24
4/jul/00	22
5/jul/00	21
6/jul/00	13
7/jul/00	23
Total	103

Tabla 8. Frecuencia con que cada diario se ocupó del futuro político	
<i>Reforma</i>	21
<i>El Universal</i>	19
<i>Unomásuno</i>	17
<i>El Sol de México</i>	15
<i>La Jornada</i>	11
<i>Milenio Diario</i>	6
<i>Excélsior</i>	5
<i>Novedades</i>	5
<i>La Crónica de Hoy</i>	3
<i>La Prensa</i>	1
Total	103

Tabla 9. Frecuencia con que cada diario señaló los compromisos de Fox	
<i>El Universal</i>	18
<i>Reforma</i>	13
<i>La Jornada</i>	13
<i>Unomásuno</i>	8
<i>La Crónica de Hoy</i>	8
<i>Excélsior</i>	7
<i>Novedades</i>	7
<i>Milenio Diario</i>	6
<i>El Sol de México</i>	4
<i>La Prensa</i>	2
Total	86

Tabla 10. Menciones a candidatos o a partidos				
¿Candidatos o partidos?	En titulares	En subtitulares	En primer párrafo	Total
Vicente Fox	185	217	446	848
PAN	13	27	55	95
Alianza por el Cambio	0	14	70	84
PRI	103	128	401	632
Francisco Labastida	4	26	68	98
Cuauhtémoc Cárdenas	5	22	50	77
PRD	14	23	39	76
Alianza por México	0	1	15	16



Bibliografía

Avilés Fabila, René, "Los medios y los remedios", en *Universo de El Búho*, año 4, n° 38, febrero de 2003, México.

Austin, John Langshaw, *Cómo hacer las cosas con palabras: palabras y acciones*, Barcelona, Paidós, 1982.

Bohman, Karin, *Medios de comunicación y sistemas informativos en México*, México, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, Alianza Editorial Mexicana, 1989 (Col. Los Noventa).

Calsamiglia Blancafort, Helena y Amparo Tusón Valls, *Las cosas del decir. Manual de análisis del discurso*, Barcelona, Ariel, 1999.

Caminos Marcet, José María, *Periodismo de investigación. Teoría y práctica*, Madrid, Editorial Síntesis, 1997 (Periodismo).

Campbell, Federico, *Periodismo escrito*, México, Ariel, 1994.

Carreño Carlón, José, "Un modelo histórico de la relación entre prensa y poder en México en el siglo XX", en *Revista Mexicana de Comunicación*, marzo-abril del 2000.

Chilton, Paul A., Christina Schaffner (eds.), *Politics As Talk and Text: Analytic Approaches to Political Discourse (Discourse Approaches to Politics, Society, and Culture, V. 4)*, Amsterdam/Philadelphia, John Benjamins Publishing Co., 2002.

Edo, Concha, *Periodismo informativo e interpretativo. El impacto de Internet en la noticia, las fuentes y los géneros*, Sevilla, Comunicación Social, Ediciones y Publicaciones, 2003 (Periodística, 4).

Fairclough, Norman, *Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language*, Addison-Wesley Publishing Co., 1995 (Language in Social Life).

———, *Media Discourse*, London, Edward Arnold, 1998.

Fonte, Irene, *La nación cubana y Estados Unidos; un estudio del discurso periodístico, 1906-1921*, México, El Colegio de México, Centro de Estudios Lingüísticos y Literarios/Universidad Autónoma Metropolitana-Iztapalapa, 2002.

Fuentes-Berain, Rossana, "Prensa y poder político en México", en *Razón y Palabra. Primera Revista Electrónica en América Latina especializada en Tópicos de Comunicación*, n° 23, octubre-noviembre de 2001.

Gauthier, Gilles, André Gosselin y Jean Mouchon (comps.), *Comunicación y política*, Barcelona, Gedisa, 1998 (Colección El Mamífero Parlante).

Gee, James Paul, *An Introduction to Discourse Analysis: Theory and Method*, London, Routledge, 2002.

Giménez, Gilberto, *Poder, Estado y discurso. Perspectiva social y semiológica del discurso político-jurídico*, México, Universidad Nacional Autónoma de México, 1981 (Serie G: Estudios Doctrinales, 47).

Graber, Doris A., *The Politics of News: The News of Politics*, Washington, CQ Press, 1998.

Kayser, Jacques, *El diario francés*, Barcelona, A.T.E., 1979.

Levario Turcott, Marco, *Primera plana. La borrachera democrática de los diarios*, México, Ediciones Cal y Arena, 2002.

Moragas, Miquel de, *Semiótica y comunicación de masas*, Barcelona, Ediciones Península, 1980.

Morin, Violette, *Tratamiento periodístico de la información*, Barcelona, A.T.E., 1974.

Peimbert Díaz, Raúl, *La prensa en México*, México, Editores Mexicanos, 2002.

Pérez Espino, José, "Una radiografía de la prensa en la ciudad de México", en *Al Margen*, Medios no. 2 en www.almargen.com.mx/medios/prensa/una_radiografia.htm

Renkema, Jan, *Introducción a los estudios sobre el discurso*, Barcelona, Gedisa, 1999.

Ruiz Castañeda, María del Carmen et al., *El periodismo en México. 450 años de historia*, México, Universidad Nacional Autónoma de México, Escuela Nacional de Estudios Profesionales-Acatlán, Departamento de Publicaciones, 1980.

Salgado Andrade, Eva, *El discurso del poder. Informes presidenciales en México*, México, Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social (CIESAS), Miguel Ángel Porrúa, 2003.

———, “La realidad por escrito. Reflexiones en torno al análisis del discurso periodístico”, en *Comunicación y Sociedad*, n° 40, julio-diciembre de 2001, México, Departamento de Estudios de la Comunicación Social de la Universidad de Guadalajara.

———, “Y cuando se publicó, el PRI ya no estaba ahí: las elecciones del 2000 a ocho columnas”, en *Iztapalapa*, n° 53, julio-diciembre de 2002, México, Universidad Autónoma Metropolitana-Iztapalapa.

Scherer García, Julio y Carlos Monsiváis, *Tiempo de saber. Prensa y poder en México*, México, Aguilar, 2003 (Col. Nuevo Siglo).

Trejo Delarbre, Raúl, “Reporte sobre los medios en México-2002”, en *Internationales Handbuch Medien 2002/2003*, Hamburg, Baden-Baden, Hans-Bredow-Institut für Medienforschung an der Universität, Nomos Verlagsgesellschaft, 2002, en <http://raultrejo.tripod.com/ensayosmedios/Reportemediosmexico2002.htm>.

Universidad Autónoma Metropolitana-Iztapalapa, *Mediocracia sin mediaciones. Prensa, información y elecciones*, México, Cal y Arena, 2001.

Valdivia, José, “La formación de los periodistas en México”, en *La formación de los periodistas en América Latina: México, Chile y Costa Rica*, México, Nueva Imagen/CEESTEM, 1981.

Valles Ruiz, Rosa María, *La columna política: mito y poder ante las elecciones del 2 de julio de 2000*, México, Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, 2004. (tesis doctoral en ciencias políticas y sociales con orientación en ciencias de la comunicación).

Van Dijk, Teun A. (compilador), *El discurso como interacción social. Estudios sobre el discurso II. Una introducción multidisciplinaria*, Barcelona, Gedisa Editorial, 2000.

———, *Estructura y funciones del discurso, una introducción interdisciplinaria a la lingüística del texto y a los estudios del discurso*, México, Siglo Veintiuno Editores, 1996.

———, *La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información*, Barcelona, Paidós Comunicación, 1996.

Vargas, Natividad Abril, *Periodismo de opinión*, Madrid, Editorial Síntesis, 1999.

Verón, Eliseo, *Construir el acontecimiento*, Buenos Aires, Editorial Gedisa, 1983.

Wodak, Ruth *et al.*, *Methods of Text and Discourse Analysis*, London, Sage, 2000

Wolton, Dominique, *Sobrevivir a Internet. Conversaciones con Olivier Jay*, Barcelona, Gedisa Editorial, 2000 (Colección : El Mamífero parlante).

Hemerografía

El Sol de México, 3 a 7 de julio de 2000.

El Universal, 3 a 7 de julio de 2000.

Excélsior, 3 a 7 de julio de 2000.

La Crónica de Hoy, 3 a 7 de julio de 2000.

La Jornada, 3 a 7 de julio de 2000.

La Prensa, 3 a 7 de julio de 2000.

Milenio Diario, 3 a 7 de julio de 2000.

Novedades, 3 a 7 de julio de 2000.

Reforma, 3 a 7 de julio de 2000.

Unomásuno, 3 a 7 de julio de 2000.

